

se neprestano vračajo na obalo svojega otroštva in ga prepletajo s stvarnostjo današnjega dne. In kolikor bolj je to otroštvo odmaknjeno od njih, toliko raje se vračajo vanj in ga hočejo po-
doživljati, vendar znova in vedno drugače in po svoje. S temi kvalitetami, poleg tega pa tudi s klenim jezikom,

s preprostim, a učinkovito izraženim humorjem in ne nazadnje s trdno kompozicijo kratke proze, se komisiji za naše največje literarno priznanje — Njogoševo nagrado ni bilo težko odločiti, da jo je dodelila Čopičevemu *Vrtu slezenaste barve*.

Miha Maté

Poročamo — glosiramo

RAZMIŠLJANJE O KULTURI

z mislijo na radio in televizijo

Pričujoči prispevek je bil napisan za posvetovanje Delavski razred in kultura, ki ga je Svet Zveze sindikatov Jugoslavije pripravil za 5. in 6. november v Zenici. Čeprav je tok razmišljanja o kulturi vezan v tem zapisu na posebno témo — pa še to le z vidika dveh medijev, radia in televizije, s čimer je to razmišljanje nujno zoženo in v določenem smislu vnaprej opredeljeno — menimo, da utegne zanimati tudi določen krog bralcev Sodobnosti, ki jih misel na oba množična medija, radio in televizijo, ter na kulturo v njiju zaposluje in vznemirja. Včasih tudi jezi.

Radio in televizija sta najbrž edina množična medija, s katerima se domala sleherni človek našega časa, ne glede na starost in socialni položaj, srečuje kontinuirano, vsak dan, vendar na relaciji intimnega dožemanja, komorno.

Iz te ali podobne že znane premise je mogoče izpeljati vsaj naslednjo ugotovitev: radio in televizija sta edina medija, ki odpirata pot do slehernega človeka, delujeta na človekovo podzavest in sta s svojo aktivno in permanentno navzočnostjo v našem vsakdanjem življenju v enaki meri vsiljiva in zaželena, brez njiju preprosto ne moremo, tudi če je naš odnos do njunega sporočila in ponudbe polemičen ali celo odklonilen. Iz tega sledi: ko iščemo pota, kako približati kulturo najširšim množicam ali, pravilneje, kako vzpostaviti med njima naravno zvezo, moramo nujno poznati ta dva medija, radio in televizijo, njune možnosti in

nevarnosti in jima posvetiti najboljše moči.

Vprašanje torej nastaja prav tu: Ali se resnično in v zadostni meri zavedamo možnosti ter pomena radia in televizije, ki sta totalna komunikacija med nami, vendar, če medijev ne obvladamo, enosmerna komunikacija, ki tam kjer nastaja, uveljavlja brezbržnost, uradniško brezbarvnost, pri poslušalcu in gledalcu pa pasivnost, ki sčasoma lahko pri mnogih postane popolna in se spremeni celo v otopelost, s čimer se spremeni tudi funkcija obeh medijev, ki postane negativna.

Seveda: takšno ali drugačno stanje ni odvisno od enkratne volje, saj največkrat niha od ene skrajnosti do druge in v glavnem je sploh težko določiti pravi položaj, funkcijo in vrednost radia in televizije v družbi. Ne glede na to pa moramo ugotavljati, da niti radio niti televizija ne opravljata dovolj plodno svojega poslanstva. Razlogi so raz-

lični. Predvsem je treba imeti v mislih, da sta obe dejavnosti v svoji praksi hibridni, tudi na področju kulture, po eni strani širita in utrjujejo, na primer, kulturno zavest in osveščenost množic, po drugi pa jo rušita. Programske potrebe so namreč tako velike, na radiu celodnevni, na televiziji popoldanski in večerni program, da se jim je nemogoče odzivati samo s kvaliteto in zaželeno idejno naravnostjo; v obeh primerih, tako na radiu kot na televiziji, na televiziji še posebej izrazito, imamo že zdavnaj opraviti s pravo industrijo, ki množično proizvaja in hkrati »golta« svoje proizvode, ne eden ne drugi medij si ne more postaviti, vsaj v praksi ne, najvišjih vrednostnih kriterijev, saj bi mu, ob strogem upoštevanju, zmanjševali obseg programa; tako se ti programi navadno oblikujejo po pravilu: najboljše od razpoložljivega.

Ta posebnost obeh medijev terja prav zato maksimalno angažiranost družbe, ki naj bo vselej ustvarjalno navzoča v njiju, ker samo s takšno vsesplošno navzočnostjo lahko tudi permanentno zvišuje vrednostne kriterije, ki določajo program. To stanje je še zlasti razvidno na področju kulture in naših pričakovanj, da bodi kultura last ljudskih množic in prežeta z duhom in idejo delavskega razreda. Radio in televizija se morata neprestano odzivati tudi na »želje« poslušalcev in gledalcev ter na posebne potrebe, ki iz teh želja izvirajo. Tako smo v njunih programih lahko vsak dan priče prilaganja že obstoječemu okusu in po njem oblikujočim se »zahtevam«, ki navadno niso kreativno spodbudne, in poskusom, če naj bo dovoljen ta izraz, pospešenega vpliva, pritiska na občinstvo prav z izbrano kvaliteto, ki je vedno zahtevna, torej z nečim, ob čemer poslušalec in gledalec ne moreta ostati pasivna, kajti kvaliteta ju lahko ali angažira ali odbije. In prav v tem je tista past: kako ustvariti ustrezno kvaliteto v programu in kako tako kva-

liteto posredovati, da bi pritegovala, angažirala, ne pa odbijala, ker preveč zahtevna, po svoje nasilna v odnosu do poslušalčeve oziroma gledalčeve pripravljenosti sprejemanja.

Premagovanje te ovire — tudi in zlasti na področju kulture — ni samo stvar neposrednih oblikovalcev radijskih in televizijskih programov, ampak celotne družbe v konkretnem in ne abstraktnem pomenu besede. Od šolstva, vzgoje in izobraževanja v celoti, pa do ustrezne moralne in politične klime v družbi, ki kulturo v družbenem in osebnem življenju sprejema kot resnično potrebo, ali pa jo samo tolerira kot eno od konvencij, če se od nje celo ne odmika, če ji ni preprosto v nadlego, ker »moti« nagoni, neangažirani ritem življenja.

Ko govorimo o večji potrebi po kulturi v družbi in hkrati seveda ugotavljamo, da sta funkcija in mesto kulture neustrezno zastopani pri oblikovanju višje kulturne zavesti, ki naj bo hkrati tudi višja socialistična zavest družbe in posameznika, se največkrat s pričakovanjem in razočaranjem hkrati spominimo na radio in televizijo, ki da ne opravljata v celoti svojega poslanstva, čeprav bi ga lahko ali vsaj v večjem obsegu kot zdaj. Ta očitek je prav gotovo na mestu, vendar nam stanja v ničemer ne razrešuje, če kar naprej ostajamo samo pri konstataciji in ne ukrenemo ničesar. Predvsem pa moramo točno vedeti, kaj lahko radio in televizija v resnici nudita človeku, ki je nanju navezan, mnogim sta prav ta dva medija, ne tako maloštevilnim celo samo televizija, edini vir kulturne komunikacije.

Predvsem je docela napačno, ko skušamo širiti kulturno dejavnost, širiti njen vpliv z ostrim odklankanjem tako imenovane komercialne, razvedrilne, zabavne in druge kulture, ki ji v njeni skrajni pojavnosti pravimo plaža, šund in jo skušamo, v zadnjem času, zajeziiti celo z zakonskimi ukrepi. Moderno

življenje, tudi naše, najbrž potrebuje tudi takšno »kulturo«, ki je relaksacija, ki človeku prinaša določen mir, pomiritev od vsakdanjih skrbi, nervoze, predvsem pa je ta oblika kulture, ali subkulture, prav po svoji komunikacijski moči demokratična: poslušalcem in gledalcem daje vtis spontanosti, njeni proizvajalci so videti kot »ljudje iz ljudstva«, ki kar tako mimogrede prepevajo, muzicirajo, skoraj tako, kot bi znal vsakdo iz občinstva, kar daje tej »kulturi« tudi mik hitrega uspeha, izjemne popularnosti, obogatitve. Občutek obstaja, da je tu važna predvsem sreča, pogum, da se »greš« tako kulturo, ne pa prirojeni talent, študij, vztrajnost, neizprosno in kontinuirano soočenje s kritiko, ki odbira in zavrača in daje možnost samo »nekaterim« ustvarjalcem, pa še ti so v odnosu do občinstva neki posebneži, delujoči na neki drugi ravni, torej po svoje alienirani prav v tej relaciji: ustvarjalec — občinstvo, vedno so v ozadju, sramežljivi v svojem osebnem življenju, docela nasprotno torej od proizvajalcev potrošne kulture, ki so zmerom na očeh svoje publike, ki so s svojo fizično pojavnostjo, s simpatičnostjo ali nesimpatičnostjo svojega nastopa domala pomembnejši od tega, kar javnosti nudijo. Njihovo nastopanje je neposredna, živa komunikacija z občinstvom, ki to dejavnost v svoji veliki večini vendarle sprejema kot kulturo in prek njenega vpliva tudi hitro spreminja svoj odnos do tiste kulture, ki ji pravimo — z mislijo na njena pota učinkovanja na javnost — tradicionalna. Ta kultura, potrošna, komercialna, zabavna, poneumljajoča, brezidejna, ali kakorkoli jo že imenujemo, je del našega življenja, še več: postala je, po še ne do kraja raziskani logiki, naša vsakdanja potreba. Njena posebnost (in njena neuničljiva moč) je prav v njeni demokratičnosti: dostopna je vsem socialnim slojem, domala sleherni starosti, hkrati pa pušča vsakogar v njego-

vem svetu, ne zaposluje njegovega ratia, ne angažira ga v nobenem smislu, samo nudi se mu, kar tako, in lahko jo sprejemaš ali ne, sprejemaš jo lahko tudi samo deloma, samo v fragmentih v smislu časa, ki ji ga posvečaš, in v smislu pozornosti, ki ji izkazuješ, pa vendar nimaš občutka, da si za karkoli opeharjen, da si premalo ali »manj kot drugi« kulturni in razgledan. Ta kultura torej deluje na docela neobvezni osnovi, nevtravno, neangažirano, po svoji percepciji, načinu dožemanja torej, pa vendarle na isti emocionalni ravni kot »prava kultura, odziva se na isti živec, udarja na isto struno, le da ostaja brez odmeva, ne zaposluje človekovega duha, ne pogloblja njegove sposobnosti dožemanja, je, skratka, tipična industrija, ki se ravna po vseh njenih zakonih, od proizvodnje pa prek ponudbe in povpraševanja do potrošnje. In kot prava industrija je znotraj sebe odlično razvila vse oblike propagande, ki ob rastoči proizvodnji skuša z domiselno ponudbo vplivati na večje povpraševanje in tako izsiliti večjo potrošnjo.

Tako je ta »kultura«, ki jo pod prizanesljivimi psovki, kot so šund, plaža, subkultura, skušamo pregnati iz našega življenja, postala nepogrešljivi del prav tega življenja, našega vsakdana, in njeni potrošniki smo hočes nočes vsi. In prav radio in televizija kot množična medija sta tudi njena množična proizvajalca in posrednika, s to kulturo polnita svoje programe, odzivata se na »želje« svojih zvestih poslušalcev in gledalcev, prek nje vzpostavljata in vzdržujeta svoj stik z javnostjo.

To pomeni: sleherna akcija, ki je v svojem načelu upirjena k totalni obsodbi te dejavnosti, je v svojem efektu licemerska, saj je vsakomur jasno, da je ta in takšna dejavnost po svoje resnična potreba našega časa, ena izmed oblik v glavnem prijetne, vsesplošne in dovolj »kulturne« relaksacije. Povsem

napačno je, ko razpravo o tej vrsti dejavnosti antagonistično povezujemo z vlogo in mestom tako imenovane prave kulture v družbi. S takim ravnanjem ustvarjamo med najširšimi krogi v javnosti nerazpoloženje do »one druge« kulture, ki da je vsiljiva, utrujajoča, ki da delovnega človeka ne zna razvedriti in podobno. Kakor na vseh področjih duhovne dejavnosti in intelektualnega ter emocionalnega doživetja ne moremo razreševati najtežjih problemov in dosegati pomembnejših uspehov z restrikcijami, s tako ali drugačno prisilo, z represalijami, pa čeprav samo emocionalno-vzgojnimi, temveč z jasno kulturno, izobraževalno in družbeno-vzgojno politiko, ki zna in zmore usmerjati tudi duhovni razvoj družbe in posameznika v njej, ki ne krati zabave in razvedrila, a se hkrati *trudi* — in ta beseda je namenoma poudarjena — da angažira ne samo človeka, ampak predvsem vse, kar je v človeku zmožno odziva. Najprej seveda že samo možnost takega odzivanja, ki lahko šele zbudi potrebe po kulturi, ki naj bi bile praviloma, v splošnem, tudi potrebe po večji kultiviranosti življenja in naših medsebojnih odnosov.

Od takega stanja pa smo danes še zelo daleč. Tudi na radiu in televiziji. Kultura — tista, ki človeka zaposluje — ostaja alieniran poskus ohranjanja »dobrih starih navad in potreb« tistih, ki so bili vzgojeni še v »prejšnjih« časih. Najbolj se to vidi v tako imenovanih oddajah za mlade: tu je že obveljalo pravilo, da obstaja zanje posebna kultura, ki da ga edina lahko pritegne, ta pa je skoraj dosledno tista, o kateri je že bila beseda in ki jo v drugih oddajah bolj ali manj prepričljivo preganjamo kot subkulturo, šund ali plažo, s čimer ponujamo tako imenovani »kulturni užitek« v dialetralnem nasprotujočem si bistvu in celo generacijsko kategoriziran. Tako smo priča prav banalnemu absurdu: naše najmlajše in odraščajočo mladino tja do konca

osemletke skrbno »vzgajamo« s šolskimi urami, s programom, za katerega pravimo, da ni nikoli dovolj dober prav zato, ker je namenjen mlademu človeku, potem pa, ko ti »doraščajoči« odrastejo, nas prevzame strah, da jih ne bi izgubili, in storimo vse, da jih res in v najkrajšem času izgubimo: strežemo samo neangažiranemu delu njihovih potreb, s čimer ubijemo v njih tisto zahtevno potrebo, ki je v »pravi« kulturi zmerom povezana z aktivno, osveščeno potrošnjo in osebnim kritičnim odnosom do nje. Tako ostanemo docela nebolglijeni, ko iščemo stika s tako imenovano zrelejšo publiko, s svetom odraslih. Tako skušamo, ne da bi uspeli, vsaj ne v zadovoljivem obsegu, preseči stanje, ko je večina ljudi docela odtrgana od kulture, od nje dokončno odtujena. Posebna zadrega nastane, ko v takem stanju razmišljamo o delavskem razredu in kulturi, saj se ves čas gibljemo v nevarnem območju, da je treba najti takojšnjo optimalno rešitev, ki naj to nezadovoljivo stanje revolucionarno preseže in vzpostavi nove odnose na relaciji delavski razred — kultura.

Problem je izjemno pomemben še posebej za našo družbo, ki se ne more in noče zadovoljiti z navideznimi rešitvami, s čeznočno afirmacijo neke posebne delavske kulture, ki naj bo preprosta, optimistična, plemenita, pomirjajoča, zabavna in angažirana hkrati, najbrž ni iskati rešitve v posebnih oblikah kulture in umetnosti, ki naj bodo namenjene delavskemu razredu, ampak kulture in umetnosti, ki naj težita k odprtosti, k čedalje širšemu krogu javnosti, kar pomeni hkrati tudi k delavskemu razredu, ki je najbolj številčen, pa tudi po svojem socialnem statusu, torej kot razred, angažiran, usodno povezan s splošnim, torej tudi kulturnim napredkom in zainteresiran zanj. Pot do tega seveda ni preprosta in v iskanju te poti ne gre — k čemer se radi nagibamo — postavljati zahtev do kul-

ture in umetnosti, ki naj bi se utilitarnostno prilagajali, temveč je stvar celotne družbe, da pomaga spreminjati temeljni odnos, ki naj omogoča naravnejši pretok kulturnih potreb in njihovega zadovoljevanja ne na ravni kultura — družba, torej ne med dvema elementoma, ki si stojita drug proti drugemu, vsak sam v sebi zadosten, temveč kot kultura v družbi, delujoča torej znotraj nje in hkrati njen del, ne ker bi se za to zaradi česarkoli spozrazumeli, temveč ker naj bi bila taka sinteza naravna potreba našega življenja.

Proti taki usmerjenosti pa deluje (tudi) v naši družbi več stvari:

— občutek, da je kulturo treba podpirati, ker je to naša dolžnost, ne pa ker bi za to čutili potrebo,

— misel, da sta kultura in umetnost, takšni, kakršni sta, stvar bolj ali manj profesionalnih potrošnikov,

— zmota, da je kultura nekaj ozko determiniranega, zaradi česar je mogoča in nujna taka pozicija kulture, ki izključuje vse, kar ne sodi pod njeno ozko definicijo,

— antagonistično postavljanje kulture in umetnosti, ki naj se poslušno odzivata na prav tako nerealne potrebe vsakdana,

— udobno mnenje, da je to zadeva kulturnih delavcev, njihov dolg družbi.

Če vse to prenesemo na radio in televizijo kot resnično množična medija, moramo ugotoviti, da je kultura v okviru njunih možnosti najučinkovitejša kot informacija, da pa malokdaj daje možnost za celovito občutje in razčlenjenost ter globino misli. Z drugimi besedami: radio in televizija lahko mnogo storita, na primer, za literaturo, zbudita pozornost zanjo in jo približata javnosti, ne moreta pa nadomestiti knjige, revialnega tiska, živih srečanj ustvarjalcev z občinstvom. Prav tako lahko približata javnosti gledališče, ne moreta pa ga nadomestiti, kakor tudi ne likovne umetnosti. Iz tega se sama

ponuja misel, da sta ta dva medija lahko izjemno pomembna na področju kulture le tedaj, če se jima posreči izogniti se monopolnemu položaju, ki se jima ponuja, in ostaneta le del kulture, ne pa kultura zase, sama sebi zadostna. In v tem tiči ena izmed nevarnosti teh dveh medijev, ki v svoji programski praksi razkrivata to ambicijo o avtonomnosti radijske oziroma televizijske kulture.

Posebnost obeh medijev je tudi v tem, da nista in ne moreta biti pregledna v svojih hotenjih in konceptih, saj je razumljivo, da se v toku celodnevne programa zvrstijo prav vsi žanri, od tako imenovane visoke kulture do najbolj banalne ekonomske propagande, kar v širokem krogu poslušalcev in gledalcev ubija sleherno kritičnost, izravnava zahtevnost, plitvost okus. Vzemimo v misel idejno moč, in ne samo psihološko tržni učinek, naše ekonomske propagande, ki zelo uspešno ustvarja številne neresnične in nepotrebne »potrebe«, psihozo biti na konici potrošne civilizacije, fetiš lastnine, ugleda, videza, udobja, moči, sebičnosti, marsičesa skratka, kar je v popolnem nasprotju ne samo s socialistično naravnostjo družbe, ampak tudi z najbolj splošno etiko. Po logiki te propagande, ki jo plačujejo podjetja zato, da so ekonomsko uspešnejša, življenje ni vredno življenja, če nisi najlepše oblečen, če si ne moreš privoščiti dragih potovanj po svetu, počitnic v tujini, razkošne opreme stanovanja, še raje vile, če ne poznaš najnovejših maž in praškov, če se ne udeležiš koncerta, ne zato, ker bi bil dober, kulturno doživeti, ampak zato, ker na njem nastopajo najbolj popularna imena današnjega sveta, če se ne voziš z najnovejšim tipom avtomobila itd., itd. Vse to ustvarja psihozo, ki ne samo, da ni kulturi naklonjena, ampak jo kaže kot nekaj povsem nepotrebne, izdatke zanjo kot nespametno trošenje, saj ti ne pomaga do ugleda, veljave,

ne povečuje ti prestižnega videza, popularnosti itd.

Da ne bo nesporazuma: nisem proti ekonomski propagandi, najbrž je potrebna, predvsem pa neizbežna, vendar bi bilo tudi pri njej treba najti kaj več inventivnosti, jo približati vsem, ne pa samo nečimernim, petičnim, snobovskim, sebičnim državljanom. Ne brez kanca hudobije: kako se mora počutiti skromen delovni človek z omejenimi ekonomskimi možnostmi, ko se mu — implicite — ves dan sugerira, da je pravzaprav reva, saj ne jé in ne pije in se ne oblači in ne zabava in ne potuje, kot je treba, kot se spodobi uspešnemu človeku našega časa.

Če pa je prav taka propaganda nujna in edino mogoča, potem se je seveda treba zavedati, da je kulturi težko opravljati funkcijo — eno izmed mnogih, ki jo pred njo postavljamo — moralno-etičnega korektorja v življenju posameznika in družbe.

Naj strnem: kultura sama zase je nesmisel in ko se znajde v takšnem položaju, je povsem nemočna, da bi opravljala to, kar od nje pričakujemo. Začeti je najbrž treba že pri otroku in mu, banalno rečeno, kupiti raje dobro slikanico kot pištolo; nadaljevati pri šolarju, ki mu je treba odpreti vrata v letopo in smisel umetnosti — tudi kot človeka osvobajajočima elementoma — ne pa jo zožiti na osovraženost šolskega predmeta; ne zamuditi priložnosti pri odraščajoči mladini, ki se utegne navsezadnje tudi zabavati še ob čem drugem in ne le ob programirani zabavi za vsako ceno; ustvariti pri odraslem človeku takšne pogoje dela, ki ga ne degradirajo na droben delček v brezdušnem mehanizmu, ko postane kultura v soočenju z njim klavarno slepilo življenja.

Bil sem in ostajam zagovornik odprtosti kulture, nikoli pa ne za ločeno obravnavanje kulture v družbi, kajti če interes zanjo ne bo dovolj širok, splošen, bodo tudi potrebe neznatne, nji-

hovo zadovoljevanje družbeno neučinkovito, le bolj ali manj zanimiv hobby ustvarjalcev in — ob njihovih izrazitejših uspehih — reprezentančna fasada družbe.

Tudi radio in televizija, pa čeprav množična medija, ne moreta sama zase in glede na svoje heterogeno poslanstvo kaj bistveno spremeniti tega stanja.

Samo še to: to razmišljanje noče biti kategorična ocena, pač pa spodbuda — če je na kaj takega mogoče upati — nadaljnega, tudi drugačnega razmišljanja, vendar z istim ciljem — kako okrepiti navzočnost kulture v družbi. Šele od tu dalje je najbrž mogoče s pridom govoriti o kompleksnem problemu: delavski razred in kultura.

Ciril Zlobec

PRIZNANJE (post festum)

Ena izmed posebnosti diplomatske zgodovine je tudi v tem, da so zanjo še zlasti pomembna pričevanja neposrednih protagonistov, med katerimi pa so spet najbolj dragocena tista, ki razkrivajo celostnejše pobude, miselnost, skratka »vsebinsko ozadje«, iz katerega so izvirali posamezni ukrepi in ravnanje. Med slednje gotovo sodijo tudi pojasnila enega izmed najuglednejših voditeljev Italijanske socialistične stranke, dosmrtnega senatorja italijanske republike Pietra Nennija v pogovoru z Giovannijem Spadolinijem. Naj takoj dodam, da gre za kvalificiranega sobesednika, saj je Spadolini ordinarij za moderno zgodovino, bivši direktor izredno uglednega milanskega dnevnika »Corriere della Sera« in zdaj senator (izvoljen kot »neodvisen« na listi italijanske republikanske stranke).

Ko sta se namreč pomenkovala v vlaku (Spadolini je potoval v Rim na televizijsko debato ob petindvajseti obletnici kominformovskega izobčenja Jugoslavije), je Nenni med obujanjem spominov na ta čas naravnost priznal,